

Essay - Apple iDrive

Voor de advertentie van de Apple iDrive heb ik allereerst rondgekeken op de website van Apple zelf. Hier viel mij meteen op dat de kleuren zwart en wit over het algemeen het meest gebruikt worden. Ik wilde in deze stijl blijven. Op basis van deze kleuren heb ik een afbeelding van een auto gezocht. Voor de positie van de auto in de advertentie heb ik de theorie van "gouden snede" toegepast om de juiste verdeling te krijgen. Ook heb ik gekeken naar de meest recente advertentie van de iPhone. Op deze advertentie wordt de iPhone voor de helft afgebeeld zodat het interesse wekt. Dit heb ik ook toegepast in mijn advertentie. Voor wat betreft de typografie heb ik het logo van Apple en de bijbehorende tekst gecentreerd in het grootste vlak. Het Apple logo heb ik bewust bovenaan, groot en in het wit, afgebeeld. De consument heeft nu gelijk een associatie met een bekend merk. De combinatie van dit merk en de afgebeelde auto moet genoeg interesse wekken voor meer aandacht. Daarna volgen het productnaam en de quote. De productnaam is dikker afgedrukt dan de quote om hier meer aandacht naar te trekken. Vervolgens is de datum nog afgebeeld zodat het informatief stukje rond is. Als je het logo, de beperkte tekst en de afbeelding van de auto in combinatie ziet begrijp je dat Apple een auto op de markt gaat brengen, dit een futuristische auto is en dat deze per 1 juli 2017 voor de consument beschikbaar is.